

Selasa, 29 November 2021

FM-CC-AAJI-006-00

Judul	Agar Tidak Merugi, Kenali Produk Asuransi Jiwa yang Ada di Indonesia
Nama Media	Kompas.com
Newstrend	Edukasi Calon Nasabah Asuransi Jiwa
Halaman/URL	https://money.kompas.com/read/2021/11/29/160500326/ag-ar-tidak-merugi-kenali-produk-asuransi-jiwa-yang-ada-di-indonesia
Tanggal Berita	2021-11-29
Sentimen	Positif

Home / Money / What's New

Agar Tidak Merugi, Kenali Produk Asuransi Jiwa yang Ada di Indonesia

Kompas.com - 29/11/2021, 16:05 WIB

Bagikan: [Facebook](#) [Twitter](#) [WhatsApp](#) [Telegram](#)



Ilustrasi asuransi jiwa. (GIFTERSTOCK/PHOTOLPL)



Penulis: Rully R. Ramli | Editor: Bambang P. Jatmiko

JAKARTA, KOMPAS.com - Produk asuransi jiwa kian diminati semenjak pandemi Covid-19 merebak. Hal ini terefleksikan dari pertumbuhan jumlah polis asuransi jiwa nasional.

Berdasarkan data Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI), hingga kuartal II-2021 jumlah polis asuransi jiwa mencapai 17,78 juta. Angka ini meningkat 1,8 persen secara tahunan (year on year/yooy).

Namun demikian, pemahaman masyarakat terhadap produk asuransi masih relatif rendah. Data terakhir Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan, tingkat literasi asuransi nasional masih belum mencapai 20 persen.

Baca juga: Disanksi OJK, Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Dilarang Melakukan Kegiatan Pemasaran

Rendahnya literasi membuat sekelompok masyarakat merasa merugi dengan kepemilikan produk asuransi. Padahal, OJK dan berbagai pihak terkait selalu menekankan kepada masyarakat untuk memahami terlebih dahulu produk asuransi yang ingin dimiliki.

Dilansir dari situs sikipiungmu.ojk.go.id, Senin (29/11/2021), asuransi jiwa merupakan suatu kontrak perjanjian antara pemegang polis (tertanggung) dengan perusahaan asuransi (penanggung) dimana pihak perusahaan asuransi berjanji untuk memberikan pembayaran yang didasarkan pada meninggalnya tertanggung atau pembayaran yang didasarkan pada hidupnya tertanggung dengan manfaat yang besarnya telah ditetapkan dan/atau didasarkan pada hasil pengelolaan dana.

Asuransi ini akan melindungi tertanggung dari dampak kerugian finansial yang tak terduga (unexpected financial loss) yang disebabkan oleh seseorang jika mengalami kematian mendadak, cacat tetap total, ataupun keadaan tidak produktif (terlalu tua atau hidupnya terlalu lama) sehingga mengakibatkan kehilangan sumber penghasilan.

Dapatkan informasi, inspirasi dan insight di email kamu.
[Daftar email](#)

Saat ini di Indonesia sudah terdapat berbagai jenis asuransi jiwa dengan manfaat yang berbeda-beda. Berikut daftar lengkap jenis asuransi jiwa beserta penjelasannya.

1. Asuransi jiwa berjangka (term life insurance)

Seluruh produk asuransi jiwa berjangka memberikan pertanggungan selama satu jangka waktu tertentu yang disebut jangka waktu polis (policy term).

Manfaat polis asuransi ini dapat dibayarkan hanya apabila tertanggung meninggal dunia dalam jangka waktu yang telah ditetapkan dan polis masih berlaku (in force) ketika tertanggung meninggal dunia.

Jika tertanggung masih hidup sampai berakhirnya jangka waktu yang telah ditetapkan, maka polis tersebut akan memberikan hak kepada pemegang polis untuk melanjutkan pertanggungan asuransi jiwa.

TERPOPULER

- 1 Stafus Erick Thohir Sindir Ahok Komut Merasa Dirut Itu Jangnan, Harus Tahu Barisan
Dibaca 20.811 kali
- 2 Besok Dibikir, Segera Tukarkan Kartu ATM Magnetik BCA Andai
Dibaca 5.560 kali
- 3 Kala Stafus Menteri BUMN Sebut Ahok Jangnan Jadi Komisaris Rasa Direktur
Dibaca 4.275 kali
- 4 Biaya Dana BRI Sertuh 2,14 Persen, Terendah Sepanjang Sejarah
Dibaca 1.919 kali
- 5 Lulut, Selama Beberapa Dekade, Indonesia Berpuas Diri dengan SDA yang Melimpah.
Dibaca 1.803 kali

sonora.id



Tes Keir Ibadan: Apa yang Pertama Kali Kamu Lihat Senghar Sisi Lain dalam Dirimu

Welcome Desember Ini Dia 4 Kepribadian Sigitas yang Bikin Lawan Jenis Berleuk Lulut

Kunjungi kanal-kanal Sonora.id

Motvasi Penghul Tips Bisnis Kesehat

NOW TRENDING



Wagub DKI Ungkap Pengusaha Tak Masalah UMP Jakarta 2022 Naik sampai 5 Persen



Polri Bangun Pos Pengawasan Selama Nataru, Pengendara Wajib Bawa SKM



Desa Paling Bersih di Jawa Ada di Blora, Desa Komunitas Sedulur Sikep

SPONSORED HEADLINE

Judul	2022, Premi Asuransi Jiwa Diproyeksi Tumbuh Double Digit
Nama Media	Investor Daily
Newstrend	Pertumbuhan Asuransi Jiwa
Halaman/URL	23
Tanggal Berita	2021-11- 30
Sentimen	Positif

2022, Premi Asuransi Jiwa Diproyeksi Tumbuh *Double Digit*

JAKARTA – Premi industri asuransi jiwa diproyeksi tumbuh double digit pada 2022. Sementara itu, sampai dengan Oktober 2021 asuransi jiwa membukukan pertumbuhan pendapatan premi sebesar 7,89% secara tahunan (*year on year/yo*) menjadi Rp 150,53 triliun.

Oleh **Prisma Ardianto**

Ketua Bidang Aktuaria, Produk dan *Risk Management* Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) Fauzi Arfan menyampaikan, industri asuransi jiwa berpandangan optimistis bahwa situasi akan terus membaik. Terutama pada akhir tahun 2021 sejalan dengan mulai diberikannya vaksin Covid-19 di awal tahun ini.

"Dengan tetap berhati-hati dalam menjalankan bisnis, industri asuransi jiwa juga melihat bahwa perkembangan industri asuransi jiwa membaik, dengan melihat beberapa faktor. Salah satunya pendapatan premi asuransi jiwa sampai dengan Oktober 2021 mengalami pertumbuhan sebesar 7,89% (yo) menjadi sebesar Rp 150,35 triliun, berdasarkan data OJK," kata Fauzi kepada *Investor Daily*, Senin (29/11).

Statistik Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pun menerangkan bahwa perolehan premi cenderung stabil secara bulanan. Pada periode Agustus-Oktober 2021, industri asuransi jiwa berhasil meraup premi masing-masing sebesar Rp 13,6 triliun, Rp 15,1 triliun, dan 14,1 triliun.

Dia menerangkan, seiring dengan arus *rebound* yang mulai terlihat, hal positif dari pandemi Covid-19 adalah meningkatnya *awareness* masyarakat akan pentingnya perlindungan asuransi jiwa di tengah berbagai ketidakpastian yang semakin meningkat. Pihaknya juga melihat pergerakan perekonomian ke depan akan semakin kondusif.

"Kami memperkirakan bahwa permintaan asuransi akan mendapat manfaat dari momentum pertumbuhan di masa depan, tetapi inflasi global, dan munculnya varian-varian baru Covid-19 tetap menjadi perhatian. Ketika pemerintah berupaya membuka kembali ekonomi mereka, respons kebijakan yang optimal harus mengatasi risiko jangka



Fauzi Arfan

panjang sehingga mendorong pemulihan yang berkelanjutan," jelas Fauzi.

Dia menerangkan, target AAJI salah satunya adalah kesadaran berasuransi masyarakat yang perlu dibangun sedini mungkin. Utamanya agar 10-20 tahun mendatang, tercipta masyarakat Indonesia yang lebih sadar akan pentingnya proteksi asuransi, perencanaan keuangan dan jasa/layanan keuangan lainnya.

Dengan sejumlah faktor dan upaya tersebut, AAJI pun memproyeksi premi bisa meningkat signifikan di tahun mendatang. "Estimasinya *double digit growth*. Tahun depan (2022) ya," jelas Fauzi. AAJI berharap bisa diberikan kebijakan insentif pajak (*tax incentive*) seperti di negara-negara lain agar densitas dan penetrasi industri asuransi jiwa di Indonesia bisa tumbuh menjadi lebih baik. Hal itu akan diikuti tiga pilar target atas peta jalan industri asuransi jiwa.

Pertama, pengembangan produk dan layanan asuransi jiwa berkembang dunia dengan mengedepankan *customer centricity*, *customer protection*, dan *digital experience*. Pilar kedua, peningkatan *operational excellence* industri asuransi jiwa melalui penguatan tata kelola dan manajemen risiko.



Dengan tetap berhati-hati dalam menjalankan bisnis, industri asuransi jiwa juga melihat bahwa perkembangan industri asuransi jiwa membaik, dengan melihat beberapa faktor. Salah satunya pendapatan premi asuransi jiwa sampai dengan Oktober 2021 mengalami pertumbuhan sebesar 7,89% (yo) menjadi sebesar Rp 150,35 triliun, berdasarkan data OJK.

Fauzi Arfan

Ketua Bidang Aktuaria, Produk dan Risk Management Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI)

Sedangkan pilar tiga adalah penguatan permodalan dan portofolio investasi.

Kinerja Terus Meningkat

Dihubungi terpisah, Direktur Utama PT Asuransi BRI Life (BRILife) Iwan Pasila menyampaikan, kinerja bisnis perusahaan terus meningkat sejak tahun lalu meskipun industri asur-

ansi jiwa sempat mengalami kontraksi. Sampai dengan Oktober 2021, total pendapatan premi bruto tumbuh 12% (yo) atau menjadi Rp 5,5 triliun.

Pihaknya terus berupaya mendorong momentum saat ini agar hasil yang diperoleh di akhir tahun bisa sesuai dengan yang diharapkan. Pencapaian sekarang juga menjadi landasan perusahaan untuk mencapai target pertumbuhan yang signifikan tahun 2022. "Untuk proyeksi 2022 tidak bisa saya sampaikan, namun kami ingin bertumbuh signifikan di atas rata-rata perusahaan asuransi jiwa karena target kami untuk membesarkan pangsa pasar. Kami akan terus fokus mendorong penetrasi yang lebih dalam di seluruh nasabah BRI dengan memanfaatkan teknologi untuk mendorong efektivitas dan efisiensi," kata Iwan.

Dia mengungkapkan, kini pihaknya telah merencanakan strategi untuk terus mendorong produk berbasis proteksi untuk dipasarkan dengan lebih intensif di seluruh segmen nasabah-nasabah BRI. Perusahaan turut menyiapkan produk-produk untuk memenuhi kebutuhan nasabah retail dan prioritas (*private*), dengan melakukan *bundled products* guna memenuhi kebutuhan proteksi nasabah.

Sementara itu, CEO Generali Indonesia Edy Tuhirman mengungkapkan, bisnis Generali tahun 2021 masih menunjukkan pertumbuhan yang positif. Hingga kuartal III-2021 premi dicatatkan sebesar lebih dari Rp 2,2 triliun dan aset meningkat sebesar 16% menjadi lebih dari Rp 7,7 triliun.

Dia menerangkan, pencapaian itu menunjukkan semakin bertambahnya kepercayaan dan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya proteksi asuransi. "Untuk menutup tahun 2021, kami optimis pertumbuhan akan terus berjalan, karena kita bisa lihat bersama, pandemi sudah jauh mereda, ekonomi sudah bertumbuh, dan iklim investasi juga terus membaik," kata Edy.

Judul	Allianz Life Indonesia Incar Potensi Pertumbuhan Minat Asuransi di Masa Pandemi
Nama Media	Kompas.com
Newstrend	Kinerja Positif Allianz Life
Halaman/URL	https://money.kompas.com/read/2021/11/29/143451926/allianz-life-indonesia-incar-potensi-pertumbuhan-minat-asuransi-di-masa
Tanggal Berita	2021-11-29
Sentimen	Netral

Allianz Life Indonesia Incar Potensi Pertumbuhan Minat Asuransi di Masa Pandemi

Kompas.com - 29/11/2021, 14:34 WIB

BAGIKAN: [f](#) [t](#) [w](#) [s](#) [v](#)

Komentar



Ilustrasi asuransi jiwa (SHUTTERSTOCK)



Penulis: **Rully R. Ramli** | Editor: **Bambang P. Jatmiko**

JAKARTA, KOMPAS.com - Kebutuhan terhadap produk asuransi di masa pandemi Covid-19 mengalami peningkatan. Hal ini terefleksikan dari data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang menunjukkan adanya tren pertumbuhan tingkat penetrasi asuransi.

OJK mencatat hingga paruh pertama tahun 2021, tingkat penetrasi asuransi telah mencapai 3,11 persen. Angka ini terus meningkat dari 2,81 persen pada 2019 dan 2,92 persen pada 2020.

Pertumbuhan tingkat penetrasi itu selaras dengan munculnya kesadaran akan produk perlindungan atau proteksi diri di masa pandemi Covid-19. Pandemi dinilai telah mengubah gaya hidup masyarakat, menjadi lebih sadar pentingnya kepemilikan produk asuransi jiwa atau kesehatan.

Baca juga: [Genjot Tingkat Literasi Asuransi, Allianz Indonesia Maksimalkan Kanal Digital](#)

"Pandemi ternyata menjadi katalis yang telah meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya perlindungan asuransi jiwa dan kesehatan," ujar Chief Marketing Officer Allianz Life Indonesia, Karin Zulkarnaen, dikutip Senin (29/11/2021).

Tingginya minat terhadap produk asuransi selama pandemi juga terlihat pada jumlah nasabah Allianz Life yang mengalami kenaikan.

Tercatat jumlah nasabah Allianz Life pada tahun 2020 mengalami pertumbuhan sekitar 5 persen atau meningkat menjadi lebih dari 657.000 nasabah dengan total tertanggung lebih dari 8,3 juta tertanggung.

Dapatkan informasi, inspirasi dan insight di email kamu.
[Daftarkan email](#)

Karin mengatakan, dengan semakin tingginya minat dan kebutuhan terhadap produk asuransi, Allianz Life berupaya menciptakan produk yang lebih mudah diakses oleh nasabah. Maksimalisasi kanal digital menjadi tidak terhindarkan untuk merealisasikan upaya tersebut.

"Kami akan terus konsisten dengan mengembangkan dan memaksimalkan ekosistem digital untuk memenuhi kebutuhan tersebut," kata dia.

Dalam pemanfaatan teknologi digital, Allianz mengandalkan platform distribusi asuransi digital dengan berbagai pilihan produk asuransi yang beragam, OptimAll. Melalui platform ini Allianz mencoba memfasilitasi masyarakat untuk memilih dan memiliki produk asuransi, tanpa perlu mendatangi kantor cabang.

Selain itu untuk nasabah Allianz menyediakan beragam layanan yang dapat diakses secara online melalui portal Allianz eAZy Connect. Dengan portal ini nasabah difasilitasi untuk memantau informasi seputar polis secara mandiri tanpa harus menelepon atau mengunjungi kantor Allianz.

TERPOPULER

- 1 Stafus Erick Thohir Sindir Ahok: Komut Merasa Dirut Itu Jangan, Harus Tahu Batasan
Dibaca 20.891 kali
- 2 Besok Diblokir, Segera Tukarkan Kartu ATM Magnetik BCA Anda!
Dibaca 5.560 kali
- 3 Kala Stafus Menteri BUMN Sebut Ahok Jangan Jadi Komisaris Rasa Direktur
Dibaca 4.270 kali
- 4 Biaya Dana BRI Sentuh 2,14 Persen, Terendah Sepanjang Sejarah
Dibaca 1.919 kali
- 5 Luhut: Selama Beberapa Dekade, Indonesia Berpuas Diri dengan SDA yang Melimpah...
Dibaca 1.603 kali



Tes Kepribadian: Apa yang Pertama Kali Kamu Lihat Bongkar Sisi Lain dalam Dirimu



Welcome Desember Ini Dia 4 Kepribadian Sagitarianus yang Bikin Lawan Jenis Bertekuk Lutut

Kunjungi kanal-kanal Sonora.id



NOW TRENDING



Wagub DKI Ungkap Pengusaha Tak Masalah UMP Jakarta 2022 Naik sampai 5 Persen



Polri Bangun Pos Pengawasan Selama Nataru, Pengendara Wajib Bawa SKM



Desa Paling Bersih di Jawa Ada di Rindra, Desa Kriminitas

Judul	Kinerja ROBOARMS Generali Tembus Lebih dari 40% di atas IHSG
Nama Media	Infobrand.id
Newstrend	Teknologi Produk Unitlink Generali Indonesia
Halaman/URL	https://infobrand.id/kinerja-roboarms-generalis-tembus-lebih-dari-40-di-atas-ihsg.phtml
Tanggal Berita	2021-11-29
Sentimen	Netral

Kinerja ROBOARMS Generali Tembus Lebih dari 40% di atas IHSG

Posted by:  Suci Marifah • 29-11-2021 11:11 WIB • 40 viewer



Hingga September 2021, 97% nasabah yang sudah mengaktifkan ROBOARMS, kinerjanya di atas IHSG, bahkan diantaranya mencapai lebih dari 40%.

JAKARTA, INFOBRAND.ID - Menjadi fitur terdepan untuk pengelolaan unit link nasabah, ROBOARMS dari PT Asuransi Jiwa Generali Indonesia (Generali) terus membuktikan kinerja positifnya. Meski kondisi pandemi dalam 2 tahun terakhir, polis nasabah dengan ROBOARMS mayoritas menunjukkan kinerja dan tumbuh optimal di atas IHSG. Hingga September 2021, 97% nasabah yang sudah mengaktifkan ROBOARMS, kinerjanya di atas IHSG, bahkan diantaranya mencapai lebih dari 40%.

Kinerja baik ini juga telah dirasakan oleh salah satu Nasabah Generali, Silvia Laura, yang ditemui di Generali Tower, Gran Rubina Business Park, Jakarta. Bergabung menjadi nasabah Generali sejak tahun 2014, ia telah membuktikan kinerja ROBOARMS pada polis unitlinknya. "Sebelum tersedia fitur ROBOARMS, saya dibantu agen masih harus rutin mengubah alokasi portofolio sesuai kondisi pasar. Kedisiplinan itu penting, hanya saja prosesnya sangat memakan waktu. Tapi setelah mengaktifkan ROBOARMS, kini saya bisa lebih tenang dan nyaman. Ketika pasar guncang saat pandemi yang lalu, saya pikir akan ikut drop, tapi ternyata tidak. Justru kinerja saya sangat optimal. Thanks to RoboARMS," ujar Silvia.

Kinerja ROBOARMS yang terus optimal mendorong terus menumbuhkan kepercayaan Silvia pada Generali. Memastikan proteksi untuk keluarga sekaligus investasi untuk persiapan dana masa depan, kini Silvia sudah memiliki 5 polis. "Seluruh kinerja polis unit link saya sangat baik, proteksi kesehatan juga terus berjalan yang bisa sewaktu-waktu dengan mudah saya gunakan dengan sistem cashless. ROBOARMS inovasi yang sangat luar biasa!" tambah Silvia.

Edy Tuhirman (CEO Generali Indonesia) mengungkapkan, "Bahagia rasanya, melihat dan mendengar langsung dari nasabah yang benar-benar merasakan menikmati manfaat ROBOARMS. Inilah bagian dari bukti nyata visi kami, mengoptimalkan nilai investasi pada unit link untuk proteksi yang lebih maksimal sekaligus memberikan kenyamanan. Apalagi dalam kondisi pasar saat pandemi yang tidak menentu, perubahan alokasi secara otomatis sangat diperlukan, dan ini kami fasilitasi gratis bagi semua nasabah unit link sebagai layanan finansial eksklusif, tanpa premi minimum. Begitu adaptif, 24 jam bekerja, dan sangat fleksibel. Dengan RoboARMS, nasabah tinggal duduk santai, tujuan finansialpun tercapai."

Resmi diluncurkan tahun 2019, ROBOARMS merupakan fitur yang mengelola risiko investasi pada unit link dengan mengubah portofolio aset secara otomatis sesuai dengan kondisi pasar dan profil risiko nasabah. Fitur ini akan bekerja untuk melindungi unit link nasabah dari kemungkinan terburuk dan mengambil keuntungan dari kemungkinan terbaik secara otomatis. Dengan kompetensi dan pengalaman di bidangnya, ROBOARMS Generali menjadi fitur investasi pionir di industri yang membantu nasabah untuk mengelola unit link sehingga nasabah bisa memiliki proteksi kesehatan yang lebih terjaga terus-menerus.

Judul	Fitur Unitlink Generali
Nama Media	Kontan
Newstrend	Teknologi Produk Unitlink Generali Indonesia
Halaman/URL	10
Tanggal Berita	2021-11-30
Sentimen	Netral

Fitur Unitlink Generali

JAKARTA. Kinerja produk PT Asuransi Jiwa Generali dengan fitur Roboarms terus membaik. Meski kondisi pandemi sudah berlangsung dalam dua tahun terakhir, mayoritas polis nasabah dengan fitur Roboarms mampu tumbuh optimal di atas Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG).

Hingga September 2021, dari 97% nasabah yang sudah mengaktifkan Roboarms, mencetak kinerja di atas IHSG. Bahkan di antaranya mencapai lebih dari 40%. "Kami berhasil mengoptimalkan nilai investasi pada unitlink untuk proteksi yang lebih maksimal sekaligus memberikan kenyamanan," ungkap Edy Tuhirman CEO Generali Indonesia dalam siaran pers akhir pekan lalu.

Apalagi kata Edy, selama masa darurat kesehatan di mana pasar dalam kondisi tidak menentu, perubahan alokasi investasi secara otomatis sangat diperlukan. Layanan fitur dari Generali ini diberikan gratis bagi semua nasabah unitlink sebagai layanan finansial eksklusif, tanpa premi minimum dari seluruh nasabah.

Selvi Mayasari

Judul	Berita Foto - Kinerja ROBO ARMS Generali
Nama Media	Media Indonesia
Newstrend	Teknologi Produk Unitlink Generali Indonesia
Halaman/URL	11
Tanggal Berita	2021-11-30
Sentimen	Netral



DOK. GENERALI

KINERJA ROBO ARMS GENERALI: CEO PT Asuransi Jiwa Generali Indonesia Edy Tuhirman (kiri) dan Chief Agency Officer Sastradinata (kanan), berbincang dengan nasabah Silvia Laura di Jakarta, Kamis (25/11). Hingga September 2021, 97% kinerja polis investasi nasabah yang sudah mengaktifkan program Robo Auto Risk Management System atau Robo ARMS mayoritas kinerjanya di atas IHSG.

Judul	BCA Life Gandeng Qoala Penuhi Kebutuhan Milenial
Nama Media	Infobrand.id
Newstrend	Asuransi untuk Generasi Millenial
Halaman/URL	https://infobrand.id/bca-life-gandeng-qoala-penuhi-kebutuhan-milenial.phtml
Tanggal Berita	2021-11-29
Sentimen	Netral

BCA Life Gandeng Qoala Penuhi Kebutuhan Milenial

Posted by: **Suci Marifah** • 29-11-2021 10:38 WIB • 54 viewer



Targetkan Milenial Mulai Berasuransi BCA Life Kerja

JAKARTA, INFOBRAND.ID - PT Asuransi Jiwa BCA (BCA Life) & PT Anchor Technology Digital (Qoala) pada hari ini melakukan kerja sama pemasaran produk digital BCA Life melalui platform Qoala yang dapat diakses melalui aplikasi Qoala atau website di <https://www.qoala.app/id>.

Menurut data riset yang dilakukan oleh situs HootSuite We Are Social bertajuk "Digital 2021: Global Overview Reports", Jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 202,6 juta dengan prosentase pengguna dibandingkan total populasi penduduk mencapai 73,7%. Besaran prosentase inilah yang menjadi sebuah opportunity bagi kanal digital. Karena dari data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang dirilis pada bulan Juli 2021 menunjukkan, penetrasi asuransi masih sangat rendah yaitu sekitar 3,11%. Namun yang menarik, di laporan yang sama, tercatat 48,9% dari total populasi penduduk Indonesia sudah memiliki akun di lembaga keuangan. Ini merupakan peluang untuk meningkatkan inklusi keuangan masyarakat Indonesia khususnya melalui jalur digital.

Melihat peluang yang masih terbuka luas, BCA Life mengembangkan kerja sama pemasaran dengan Qoala, khususnya produk yang dipasarkan lewat jalur pemasaran digital. Pada kerja sama ini, produk yang diperkenalkan adalah produk asuransi jiwa berjangka, BCA Life Perlindungan Jiwa yang menyasar anak-anak muda di Indonesia.

"Melalui kerja sama dengan Qoala, kami berharap BCA Life dapat menjadi pilihan yang tepat bagi generasi milenial untuk mendapatkan perlindungan jiwa bagi perencanaan keuangan mereka di masa depan. Produk yang kami tawarkan ini bisa menjadi solusi kenyamanan keuangan para milenial," ucap Rio Winardi, Presiden Direktur & CEO BCA Life.

Produk BCA Life Perlindungan Jiwa yang akan dipasarkan di Qoala, memberikan manfaat uang pertanggungan hingga Rp500 juta, dengan premi yang sangat terjangkau, mulai dari Rp40 ribu per bulan. Ditambah lagi manfaat masa bayar 8 tahun untuk mendapatkan perlindungan jiwa 12 tahun, dan manfaat pengembalian premi sebesar 50% di akhir tahun ke-12 polis. Produk ini diharapkan dapat menjadi pilihan bagi generasi muda untuk mulai berasuransi secara digital dan memahami pentingnya perlindungan jiwa dan keuangan bagi keluarga.

Sebagai platform keuangan digital, kerja sama BCA Life dan Qoala ini melengkapi berbagai perencanaan keuangan serta pilihan asuransi yang sudah ditawarkan saat ini. Qoala sebagai perusahaan insurtech, bekerja sama dengan pialang asuransi PT Mitra Jasa Pratama dan lebih dari 30 perusahaan asuransi terkemuka memiliki tujuan untuk mengembangkan produk asuransi yang terbaik. Qoala juga telah menerbitkan jutaan polis asuransi setiap bulannya. Kerja sama antara BCA Life dan Qoala ini menambah daftar kolaborasi yang dilakukan Qoala, dalam hal ini, penyediaan asuransi jiwa dan asuransi kecelakaan.

Co-founder sekaligus Chief Operating Officer (COO) Qoala, Tommy Martin menjelaskan bahwa, aplikasi Qoala sangat mudah digunakan dan dapat diakses dengan cepat melalui smartphone. Pengguna pun tidak perlu ragu perihal keamanan data, karena Qoala saat ini tercatat dalam Sandbox Otoritas Jasa Keuangan (OJK) di klaster Insurtech.

"Kami memiliki komitmen penuh untuk memberikan kemudahan bagi seluruh pengguna Qoala, di era digital seperti ini kemudahan dan kenyamanan dalam membeli asuransi menjadi satu hal yang penting bagi pangsa pasar milenial. Qoala menjawab tantangan ini dengan aplikasi yang mudah diakses dan proses pembelian serta klaim yang cepat. Produk BCA Life yang hadir dalam aplikasi Qoala juga akan menjadi solusi perlindungan yang tepat," ujar Tommy.

Kesadaran akan pentingnya asuransi meningkat di generasi milenial, khususnya di masa pandemi ini. Namun di sisi lain, distribusi asuransi yang biasanya dilakukan secara offline terkendala akibat imbauan social distancing. Dalam hal ini, Qoala berperan membangun teknologi agar akses terhadap produk asuransi bisa dilakukan secara online.

Oleh karena itu, BCA Life yakin partnership ini akan memberikan hasil baik untuk pengembangan pasar asuransi jiwa di Indonesia khususnya untuk generasi milenial.

Judul	Gandeng Bank CTBC Indonesia, Sequis Financial Luncurkan Dua Produk Baru
Nama Media	Bisnis.com
Newstrend	Peluncuran Produk Asuransi
Halaman/URL	https://finansial.bisnis.com/read/20211129/215/1471511/gandeng-bank-ctbc-indonesia-sequis-financial-luncurkan-dua-produk-baru
Tanggal Berita	2021-11-29
Sentimen	Netral

Gandeng Bank CTBC Indonesia, Sequis Financial Luncurkan Dua Produk Baru

Sequis Financial meluncurkan dua produk rider atau asuransi tambahan baru, yaitu Q Payor Rider dan Q Hospital Rider.



Denis Riantiza Melanovia - Bisnis.com

29 November 2021 | 13:41 WIB



Karyawan berdiri di dekat logo perusahaan asuransi di kantor Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI), di Jakarta, Selasa (15/1/2019) - Bisnis/Nursi Hidayat

Bisnis.com, JAKARTA -- PT Asuransi Jiwa Sequis Financial (Sequis Financial) dan PT Bank CTBC Indonesia (Bank CTBC) meluncurkan dua produk rider atau asuransi tambahan baru, yaitu Q Payor Rider dan Q Hospital Rider.

Presiden Direktur Sequis Financial Edisjah optimis peluncuran kedua produk baru bancassurance tersebut dapat memperkuat sinergi dan memberikan manfaat bagi kedua perusahaan, yakni mendorong peningkatan premi baru bagi Sequis Financial dan mendukung penjualan produk bancassurance di Bank CTBC. Adapun, Sequis Financial dan Bank CTBC telah menjalin kerja sama sejak September 2018.

Menurutnya, jalur pemasaran produk asuransi melalui perbankan atau bancassurance merupakan salah satu kanal distribusi asuransi yang berkontribusi kuat saat pandemi dan masih memiliki prospek cerah pada masa mendatang. Kedua produk ini dapat dimanfaatkan oleh nasabah Bank CTBC sebagai pelengkap portofolio proteksi dan investasi nasabah.

Baca Juga : OJK: Produk Bancassurance Banyak Aduan, Interaksi Harus Makin Transparan

"Q Payor Rider dan Q Hospital Rider merupakan asuransi tambahan dari dua produk yang sudah ada dan dipasarkan melalui bancassurance, yaitu Q Life Legacy dan Q Protection yang diluncurkan pada 2018. Kami meyakini bahwa saat ini adalah waktu yang tepat untuk meluncurkan kedua produk sebagai solusi bagi nasabah yang membutuhkan asuransi jiwa dan kesehatan. Sebab risiko mengalami sakit dan meninggal dunia saat pandemi Covid-19 sangat besar sehingga nasabah Bank CTBC dapat melindungi kebutuhan masa depan dan keluarganya melalui kedua produk ini," ujar Edisjah melalui siaran pers, Senin (29/11/2021).

Sejalan dengan Edisjah, Presiden Direktur Bank CTBC Indonesia Iwan Satawidinata pun meyakini kerja sama ini dapat semakin berkembang hingga beberapa tahun mendatang.

"Pandemi adalah tantangan bagi setiap industri. Namun, kami bersikap positif dengan menjadikan tantangan sebagai jalan berinovasi dengan meluncurkan produk baru yang dapat dimanfaatkan nasabah kami yang membutuhkan proteksi kesehatan. Kedua produk ini akan melengkapi portofolio produk asuransi yang sudah ada di Bank CTBC sehingga tenaga pemasar kami semakin bersemangat untuk membantu nasabah memenuhi kebutuhan berasuransi yang segmentasinya bervariasi," kata Iwan.

Kedua rider secara resmi dipasarkan di seluruh kantor pemasaran Bank CTBC yang tersebar di seluruh Indonesia mulai 15 September 2021. Penjualan dilakukan oleh staf Bank CTBC Indonesia dan didukung oleh insurance specialist Sequis Financial. Kedua produk dapat dinikmati oleh nasabah lama (existing) dari Bank CTBC yang telah memiliki polis asuransi Q Life Legacy atau Q Protection maupun nasabah baru.

Judul	Gandeng Bank CTBC, Sequis Financial Luncurkan Dua Produk Asuransi Tambahan
Nama Media	Investor Daily
Newstrend	Peluncuran Produk Asuransi
Halaman/URL	23
Tanggal Berita	2021-11-30
Sentimen	Netral

Gandeng Bank CTBC, Sequis Financial Luncurkan Dua Produk Asuransi Tambahan

JAKARTA – PT Asuransi Jiwa Sequis Financial (Sequis Financial) dan PT Bank CTBC Indonesia (Bank CTBC) meluncurkan dua produk asuransi tambahan (*rider*) baru yaitu *Q Payor Rider* dan *Q Hospital Rider*. Peluncuran kedua produk itu diyakini dapat memperkuat sinergi dan memberikan manfaat bagi kedua perusahaan.

Peluncuran produk baru *bancassurance* tersebut dilakukan secara virtual oleh Presiden Direktur Sequis Financial Edisjah dan Presiden Direktur Bank CTBC Indonesia Iwan Satawidinata. Turut menyaksikan *Sales Director* Sequis Financial Rizal Prajuga dan *Retail Banking Executive Director* Bank CTBC Indonesia Bambang Simmon Simarno.

Edisjah menyampaikan, *Q Payor Rider* dan *Q Hospital Rider* merupakan

asuransi tambahan dari dua produk yang sudah ada dan dipasarkan melalui *bancassurance*, yaitu *Q Life Legacy* dan *Q Protection* yang diluncurkan pada 2018. Pihaknya meyakini bahwa saat ini adalah waktu yang tepat untuk meluncurkan kedua *rider* sebagai solusi bagi nasabah yang membutuhkan asuransi jiwa dan kesehatan.

"Sebab risiko mengalami sakit dan meninggal dunia saat pandemi Covid-19 sangat besar sehingga nasabah Bank CTBC dapat melindungi kebutuhan masa depan dan keluarganya melalui kedua produk ini," jelas Edisjah dalam keterangan resmi, Senin (29/11).

Peluncuran kedua produk juga diyakini dapat memperkuat sinergi dan memberikan manfaat bagi kedua perusahaan, yakni mendorong peningkatan premi baru bagi Sequis

Financial dan mendukung penjualan produk *bancassurance* di Bank CTBC. Adapun Sequis Financial dan Bank CTBC telah menjalin kerja sama sejak September 2018.

Menurut Edisjah, jalur pemasaran produk asuransi melalui perbankan atau *bancassurance* merupakan salah satu kanal distribusi asuransi yang berkontribusi kuat saat pandemi dan masih memiliki prospek cerah pada masa mendatang. Kedua produk ini dapat dimanfaatkan oleh nasabah Bank CTBC sebagai pelengkap portofolio proteksi dan investasi nasabah.

"Sequis Financial berkomitmen untuk menyediakan sebuah *one stop solution* bagi para nasabah perbankan sehingga mereka dapat berinvestasi sekaligus mendapatkan perlindungan dari berbagai risiko hidup

melalui produk-produk asuransi jiwa dan kesehatan yang berkualitas," tandas Edisjah.

Sementara itu, Iwan pun meyakini, kerja sama itu dapat semakin berkembang hingga beberapa tahun mendatang. Menurut dia, pandemi adalah tantangan bagi setiap industri. Namun, pihaknya bersikap positif dengan menjadikan tantangan sebagai jalan berinovasi dengan meluncurkan produk baru yang dapat dimanfaatkan nasabah kami yang membutuhkan proteksi kesehatan.

"Kedua produk ini akan melengkapi portofolio produk asuransi yang sudah ada di Bank CTBC sehingga tenaga pemasar kami semakin bersemangat untuk membantu nasabah memenuhi kebutuhan berasuransi yang segmentasinya bervariasi," ujar Iwan. (pri)

Judul	BCA dan AIA Edukasi Literasi Keuangan bagi Tenaga Pendidikan
Nama Media	Indonesiaterkini.com
Newstrend	Pendidikan Literasi Keuangan
Halaman/URL	http://www.indonesiaterkini.com/2021/11/bca-dan-aia-edukasi-literasi-keuangan.html
Tanggal Berita	2021-11-29
Sentimen	Netral

☆ BCA DAN AIA EDUKASI LITERASI KEUANGAN BAGI TENAGA PENDIDIKAN

JAKARTA (IndonesiaTerkini.com)- PT Bank Central Asia Tbk (BCA) bersama dengan AIA dan Putera Sampoerna Foundation melakukan edukasi literasi keuangan bagi tenaga pendidikan.

"Kita semua tahu bahwa guru merupakan ujung tombak yang menjadi jembatan antara pelajar dengan pendidikan di sekolah. Untuk itu kami berinisiatif memberikan edukasi bagi tenaga pendidik, tidak hanya seputar keuangan secara umum, melainkan pengelolaan keuangan untuk rumah tangga," ujar EVP CSR BCA Inge Setiawati dalam webinar bertajuk "Celengan Guru (Cerdas Kelola Keuangan Guru)" seperti dikutip dalam keterangan tertulisnya Minggu (28/11/2021).

Direktur Distribusi Kemitraan, PT AIA Financial Phung Magdalena mengatakan AIA berkomitmen meningkatkan literasi keuangan masyarakat, terutama asuransi jiwa. "Kami melihat pentingnya peran guru dalam mendorong pemahaman masyarakat akan pentingnya proteksi terutama dalam situasi pemulihan pandemi," kata dia.

Pada kegiatan webinar ini, Putera Sampoerna Foundation menjadi jembatan yang menghubungkan kegiatan dengan 25.000 guru dari berbagai wilayah di Indonesia.

Sementara influencer dan Principal Consultant @Zapfinance Prita Ghizie memaparkan soal memahami keuangan yang sehat, pentingnya pencatatan keuangan, mengelola anggaran rumah tangga, pengelolaan simpanan, investasi dan proteksi. Edukasi literasi keuangan ini juga merupakan bentuk dukungan terhadap program pemerintah dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) untuk meningkatkan indeks literasi keuangan Indonesia yang masih rendah. Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) ketiga yang dilakukan OJK pada 2019 menunjukkan indeks literasi keuangan di Indonesia 38,03%. Dukungan dari berbagai pihak khususnya insan perbankan dilakukan untuk mencapai target indeks literasi keuangan beberapa tahun mendatang.



Judul	Berita Foto - Aset Investasi Industri Asuransi Jiwa
Nama Media	Investor Daily
Newstrend	Pertumbuhan Asuransi Jiwa
Halaman/URL	23
Tanggal Berita	2021-11-30
Sentimen	Netral



Aset Investasi Industri Asuransi Jiwa

Nasabah berada di kantor Asuransi Generali, Jakarta, kemarin. Industri asuransi jiwa masih mencatatkan pertumbuhan aset investasi seiring kondisi volatilitas pasar modal yang sudah tidak terlalu tinggi. Per September 2021, aset investasi industri asuransi jiwa tumbuh 10,8% yoy menjadi Rp 494,17 triliun.

Investor Daily/David Gita Roza

Judul	Aset Sequis Life Membesar
Nama Media	Kontan
Newstrend	Pertumbuhan Aset Asuransi
Halaman/URL	10
Tanggal Berita	2021-11-30
Sentimen	Netral

Aset Sequis Life Membesar

JAKARTA. PT Asuransi Jiwa Sequis Life (Sequis Life) mencatatkan pertumbuhan aset sebesar 6% secara tahunan di kuartal III kemarin Adapun total nilai aset Sequis Life mencapai Rp 19,03 triliun.

Felicia Gunawan *Head of Corporate Branding, Marketing Communications* Sequis mengatakan bahwa pertumbuhan aset ini merupakan hasil dari strategi perusahaan dalam mengelola dana investasi pada periode ini, yang tumbuh hingga 5,32% menjadi Rp 17,89 triliun

Berdasarkan laporan keuangannya, Sequis Life menempatkan sebagian dari dana investasinya dalam bentuk reksadana, dengan nilainya mencapai Rp 12,14 triliun. Instrumen dengan penempatan dana investasi terbesar kedua adalah saham senilai Rp 1,78 triliun.

“Hasil dari mengembangkan bisnis produk tradisional yang dijual melalui kanal Agency dan premi bisnis baru dari kanal digital Super You meningkat dibandingkan tahun 2020,” ujar Felicia, kemarin.

Adrianus Octaviano

Judul	Jasindo Targetkan Jual Beli Saham Tuntas Tahun Ini
Nama Media	Bisnis Indonesia
Newstrend	Proses Jual Beli Saham
Halaman/URL	15
Tanggal Berita	2021-11-30
Sentimen	Netral

| ASURANSI JIWA INHEALTH |

Jasindo Targetkan Jual Beli Saham Tuntas Tahun Ini

Bisnis, JAKARTA — Proses jual beli 10% saham PT Asuransi Jiwa Inhealth Indonesia yang dikuasai oleh PT Asuransi Jasa Indonesia diproyeksikan tuntas pada akhir tahun ini. Jasindo telah menandatangani kerja sama dengan Indonesia Financial Group atau IFG.

IFG nantinya akan menguasai 10% saham Asuransi Inhealth. IFG merupakan *holding* perusahaan asuransi dan penjaminan milik pemerintah.

Jasindo dan IFG telah menandatangani perjanjian jual beli saham bersyarat (*conditional sales and purchase agreement/ CSPA*) tersebut pada 8 November 2021, guna memperkuat posisi *holding* di pasar asuransi.

Sekretaris Perusahaan Asu-

ransi Jasindo Cahyo Adi mengatakan, perjanjian itu masih berada di tahap awal dan masih terdapat sejumlah syarat yang harus dipenuhi sebelum dilakukan transaksi jual beli.

"Kemarin itu CSPA jadi kami dengan IFG sepakati jual beli saham Mandiri InHealth tapi dengan syarat karena ini memang perlu syarat-syarat seperti persetujuan dari pemegang saham, perlu RUPS, perlu pelaporan ke OJK, dan sebagainya. Memang seperti tahap awal dari kedua pihak untuk lakukan penjualan, memang belum 100% selesai," ujar Cahyo kepada *Bisnis*, baru-baru ini.

Dia belum dapat mengungkapkan besaran nilai penjualan saham yang disepakati. Namun, pihaknya berharap

upaya penyelesaian sejumlah persyaratan rencana jual beli saham tersebut dapat tuntas pada tahun ini.

"Targetnya diharapkan bisa tahun ini," katanya.

Adapun, menurutnya, keputusan melepas saham Mandiri Inhealth kepada IFG memang sejalan dengan rencana pengembangan bisnis asuransi kesehatan oleh IFG melalui anak usahanya, IFG Life.

Sementara itu, Jasindo akan menaruh fokus lebih besar pada lini bisnis yang menjadi kompetensi utama perseroan di segmen korporasi, seperti asuransi rangka kapal atau *marine hull*, asuransi angkutan atau *marine kargo*, asuransi rekayasa, dan lainnya. (Denis R. Mellanova)

Judul	Sepanjang Kuartal III 2021, Astra Life Bukukan Pertumbuhan Premi 58%
Nama Media	Cerdasbelanja.grid.id
Newstrend	Kinerja Positif Astra Life
Halaman/URL	https://cerdasbelanja.grid.id/read/523010499/sepanjang-kuartal-iii-2021-astra-life-bukukan-pertumbuhan-premi-58?page=all
Tanggal Berita	2021-11-29
Sentimen	Netral

Sepanjang Kuartal III 2021, Astra Life Bukukan Pertumbuhan Premi 58%

Wulan - Senin, 29 November 2021 | 18:00 WIB



PT ASURANSI JIWA ASTRA terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan
Ilustrasi Astra Life

Dok. Astra Life

CERDASBELANJA.ID – PT Asuransi Jiwa Astra (*Astra Life*), melanjutkan pertumbuhan positif di kuartal III tahun 2021.

Pertumbuhan ini, tercapai sejalan dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya memiliki proteksi, serta kondisi perekonomian Indonesia yang mulai pulih pasca vaksinasi Covid-19 secara nasional.

Presiden Direktur *Astra Life* Windawati Tjahjadi mengungkapkan, pencapaian positif *Astra Life* di kuartal III tahun 2021 terlihat dari pertumbuhan *Gross Written Premium* (GWP) sebesar 58% dibandingkan kuartal yang sama di tahun 2020, yaitu Rp4 triliun.

Adapun total tertanggung mencapai 3,4 juta per September 2021. Secara total, aset juga tumbuh 22% mencapai Rp6,9 triliun.

"Hal ini, adalah berkat upaya kami dalam memperkuat fondasi perusahaan, serta inovasi-inovasi digital yang kami yakini menjadi kunci keberhasilan, dalam menghadapi berbagai tantangan dan persaingan," jelas Windawati.

Hingga bulan September 2021, *Astra Life* telah membayarkan klaim sebesar total Rp517 miliar (tidak termasuk manfaat penutupan polis).

Baca Juga:

Allianz Indonesia Bagi Tips Rawat Kendaraan, Ternyata Ini Pentingnya Asuransi Kendaraan Saat Pandemi

Jumlah ini, tentu juga terdampak dari peningkatan jumlah kasus Covid-19 yang tinggi di pertengahan tahun ini. Untuk klaim terkait Covid-19 hingga 30 September 2021, mencapai lebih dari Rp133 miliar.

"Kami akan terus berupaya memberikan yang terbaik, sebagai bentuk tanggung jawab dan komitmen Astra Life untuk selalu hadir memberikan perlindungan bagi nasabah," ujar Windawati.

Komitmen Astra Life, di tengah perjalanannya dalam memberikan pelayanan terbaik juga ditunjukkan dengan diraihnya beberapa penghargaan.

Berbagai penghargaan yang diraih Astra Life, menjadi motivasi Astra Life untuk terus memberikan perlindungan terbaik bagi masyarakat Indonesia.

Astra Life juga terus menghadirkan inovasi layanan proteksi yang mudah dan cepat, melalui digitalisasi untuk berbagai kalangan masyarakat.

Apalagi, saat ini proteksi menjadi kebutuhan dasar bagi masyarakat agar dapat menjalani hidup dengan tenang, mencintai hidup, dan fokus meraih cita-citanya.

(*)

Judul	Ini Cara Ajukan Pra-Pendaftaran dengan RS bagi Nasabah Asuransi Jiwa
Nama Media	Detik.com
Newstrend	Edukasi Klaim Asuransi di Rumah Sakit
Halaman/URL	https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-5832758/ini-cara-ajukan-pra-pendaftaran-dengan-rs-bagi-nasabah-asuransi-jiwa
Tanggal Berita	2021-11-29
Sentimen	Netral

Ini Cara Ajukan Pra-Pendaftaran dengan RS bagi Nasabah Asuransi Jiwa

Angga Laraspati - detikHealth



Foto: Dok. Prudential

Jakarta - Memiliki asuransi dengan manfaat perlindungan kesehatan bisa meminimalkan biaya pengeluaran ketika nasabah atau anggota keluarga terkena penyakit. Namun, dalam beberapa kejadian di mana polis belum dipahami secara menyeluruh oleh nasabah.

Hal tersebut mengakibatkan munculnya beragam keluhan terkait klaim asuransi kesehatan mulai dari klaim yang ditolak, dibayarkan sebagian, dan lain sebagainya. Oleh sebab itu, memahami manfaat serta hak dan kewajiban polis memang menjadi kunci untuk bisa merasakan manfaat asuransi secara optimal.

Meskipun begitu salah satu proses yang dapat dilakukan nasabah guna memiliki persiapan yang lebih matang sebelum melaksanakan tindakan medis di rumah sakit adalah dengan melakukan pra-pendaftaran dengan rumah sakit rekanan perusahaan asuransi.

Baca juga: HUT Ke-26, Ini Sederet Kontribusi Prudential untuk Indonesia

Salah satu perusahaan asuransi jiwa yang menyediakan fasilitas pra-pendaftaran adalah Prudential Indonesia. Chief Operations and Health Officer Prudential Indonesia dr. Dian Budiani menjelaskan proses pra-pendaftaran membantu nasabah melakukan persiapan yang lebih matang sebelum melakukan tindakan medis di rumah sakit, karena memberikan informasi tentang estimasi biaya yang dijamin perusahaan asuransi.

dr. Dian lanjut menjelaskan proses ini bisa dimulai saat nasabah mengetahui bahwa dirinya harus melakukan tindakan medis. Nasabah tersebut bisa langsung mengajukan prosedur pra-pendaftaran dengan cara menghubungi rumah sakit rekanan minimal lima (5) hari kerja sebelum tanggal tindakan medis dilakukan.

"Kemudian, nasabah perlu melengkapi tanggal, jenis, biaya, dan nama operasi serta dokter yang melakukan operasi. Perlu dicatat juga, nasabah bersama rumah sakit rekanan juga perlu menyiapkan KTP, formulir permintaan bedah, laporan medis awal, kronologi kecelakaan jika pasien mengalami kecelakaan, dan hasil laboratorium yang sudah ada," kata dr. Dian dalam keterangan tertulis Senin (29/11/2021).

Prosedur tersebut berlaku untuk tindakan medis yang memerlukan rawat inap dan ODC (One Day Care). Dengan pra-pendaftaran, nasabah sudah bisa mendapatkan kepastian penjaminan awal sementara untuk tindakan bedah atau operasi sebelum tindakan dilakukan.

Baca juga: Prudential Bangkit dari Pandemi & Upaya Meliterasi Masyarakat

dr. Dian menjelaskan Prudential Indonesia terus berupaya mewujudkan pengalaman yang lancar mulai dari proses pra-pendaftaran hingga klaim. Namun kelancaran ini juga bergantung pada kerja sama dengan nasabah dalam hal transparansi serta memberikan informasi dan data pendukung yang tepat.

"Dengan semakin banyak masyarakat merasakan manfaat dari asuransi jiwa, maka aspirasi Prudential Indonesia dalam mewujudkan masyarakat Indonesia yang lebih sehat dan sejahtera dapat terwujud," tutup dr. Dian.

Nasabah Prudential Indonesia yang membutuhkan informasi lebih lanjut mengenai manfaat pada polisnya, dapat menghubungi tenaga pemasar atau Prudential Indonesia secara langsung melalui customer line di nomor telepon 1500085, email di customer.idn@prudential.co.id, maupun Customer Care Centre di kantor pusat Prudential Indonesia.

Judul	Marak Penolakan Klaim Asuransi Korban COVID-19, Sudah Jatuh Tertimpa Tangga
Nama Media	Era.id
Newstrend	Keluhan Klaim Asuransi
Halaman/URL	https://era.id/megapolitan/81587/marak-penolakan-klaim-asuransi-korban-covid-19-sudah-jatuh-tertipa-tangga
Tanggal Berita	2021-11-29
Sentimen	Netral

Tertimpa Tangga

Tim Editor 29 Nov 2021 15:16



Dia. IST

ERA.id - Dalam dua tahun terakhir banyak orang meninggal karena Covid-19, sehingga mereka yang sebelumnya punya asuransi jiwa mengajukan klaim. Meninggal ke Perusahaan Asuransi.

Hal yang sama di lakukan oleh Ahli waris dari Hendra Ulong yang diketahui meninggal karena Covid 19 dengan mengajukan klaim Asuransi ke: Panin Dai Chi.

Namun, jawaban dari Panin Dai Chi sangat mengejutkan karena surat penolakan yang berisi alasan bahwa Tertanggung dianggap tidak jujur dan tidak menyebutkan di PPAJ (Pengajuan Polis Asuransi Jiwa) bahwa sebelumnya di 2019 pernah ada batu ginjal.

Baca juga:

- Sriwijaya Air: Ada Oknum Dekati Keluarga Korban SJ182, Terkait Santunan
- Dua Pemuda Ini Ketahuan Bawa Ganja 11 Kg Usai Kecelakaan Tabrak Mobil Boks
- Novanto, Sudah Jatuh Tertimpa Tangga
- Satu Warga Palu Meninggal Dunia Saat Lagi Nunggu Giliran Nyoblos

Dengan alasan dianggap tidak jujur, maka Klaim Meninggal ditolak oleh Panin Dai Chi. Para ahli waris yang sudah jatuh di timpa tangga segera menghubungi LQ Indonesia Lawfirm di 0817-489-0999 dan memberikan kuasa untuk kepengurusan.

Advokat Pestauli Saragih menilai tindakan Perusahaan Asuransi yang sembarangan mengambil premi dan menolak klaim dengan alasan tidak jujur. Hal tersebut diduga dilakukan untuk menolak klaim dan dapat dijadikan pelanggaran Terhadap UU No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terutama pasal 18 yaitu Larangan pada Klausula Baku, dimana Perusahaan Asuransi tidak boleh membuat klausula baku yang bersifat mengurangi dan menghilangkan manfaat.

Sehingga alasan dengan tidak declare dianggap halnya atas klaim hilang merupakan klausula yang melanggar UU Perlindungan Konsumen.

"Perlu dicamkan bahwa Perusahaan Asuransi di awal membuat klausula baku dengan maksud mengambil dulu uang konsumen, tanpa mau report mengecek kesehatan Tertanggung, padahal jika mau Perusahaan Asuransi dapat mengakses riwayat kesehatan Tertanggung dan menolak di awal pengajuan apabila menurut Perusahaan Asuransi tidak layak diasuransikan," katanya dalam keterangan tertulis, Senin (29/11/2021).

Itu menuding Perusahaan Asuransi sengaja mengambil celah tersebut, menerima pembayaran premi di awal dan menolak klaim dengan alasan ada informasi yang tidak di buka oleh Tertanggung.

"Logika saja apa hubungan Batu Ginjal dengan Covid 19? Rumah sakit sudah mengecek dan penyebab kematian karena Covid 19, di uji dengan Tes PCR yang positif Covid disebabkan oleh virus, bukan batu ginjal. Apalagi Batu Ginjal tersebut sudah di laser dan sudah hilang sebelum pengajuan Polis Asuransi. Jadi alasan penolakan klaim yang dilakukan oleh Panin Dai Chi menurut kami mengada-ada dan tidak sesuai dengan UU Perlindungan Konsumen," ujar Advokat Saragih dari LQ Indonesia Lawfirm.

Menurutnya, perusahaan Asuransi memanfaatkan celah dimana masyarakat buta. Keuangan, buta hukum dan tidak peka sehingga dimanfaatkan untuk meraup keuntungan sepihak oleh Oknum Perusahaan Asuransi. Mayoritas masyarakat tidak pernah membaca buku polis yang mereka berikan dan banyak Oknum Perusahaan Asuransi tidak menjelaskan isi buku Polis kepada pemegang polis.

"Sudah banyak masyarakat korban perusahaan Asuransi, bahkan terakhir, Anggota DPR, Wanda Hamidah juga menjadi korban salah satu perusahaan Asuransi dan dikarenakan Viral maka dibayarkan oleh Asuransi," ucapnya.

Sugi selaku Kabid Humas, LQ Indonesia Lawfirm menyarankan agar masyarakat segera menghubungi LQ jika terjadi penolakan klaim karena Advokat-advokat LQ Indonesia Lawfirm paham Asuransi dan hukum keuangan sehingga bisa membantu para Korban Oknum Perusahaan Asuransi yang klaim sah nya tidak dibayarkan perusahaan Asuransi.

"Tidak semua Lawyer mengerti Hukum Asuransi, LQ Indonesia Lawfirm punya expertise di bidang keuangan dan Asuransi serta pidana, jadi ke ahlinya agar bisa mendapatkan solusi. Jangan buang-buang waktu," ucap Sugi.

Hingga saat ini pihak Asuransi Panin Dai Chi belum memberikan komentarnya.

POPULER



1. **NASIONAL**
Sudah Muslim Hujan, Mari Mengenang Utopian Jokowi: Banjir Mudah Diatasi jika Jadi Presiden
2. **NASIONAL**
Viral Video Pria Instruksikan Beberapa Orang untuk Membunuh, Bawa Nama Pemuda Pancasila
3. **ASIA**
Minta Dukungan Jadi Capres 2024, Rizal Rami: Indonesia Akan Berjaya di Asia
4. **ASIA**
Rizal Rami Galang Dukungan Jadi Capres, Netizen Jadi Ketua RT Duku.
5. **MEGAPOLITAN**
Marak Penolakan Klaim Asuransi Korban COVID-19, Sudah Jatuh Tertimpa Tangga
6. **MEGAPOLITAN**
Cara Unik Anies Baswedan Hadapi Demonstrasi: Duduk di Aspal dan Menganggap Demonstran...